بطاقـــــة المشاركـــــــة

اللقب: مـــــزهــــودة

الاسم: نـــــورالـــديـــن

الوظيفة: أستاذ مساعد ، قسم علوم التسيير، جامعة ورقلة.

الرتبة: أستاذ مساعد قسم "ب".

المؤسسة: جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

الهاتف: 33 39 91 75 07 / 09 02 36 030

الفاكس: 74 04 75 033

العنوان البريدي: ص ب G17 آريس 05200 باتنة.

العنوان الإلكتروني: nmezhouda@yahoo.fr

عنوان المداخلة: اثر أداء نظام المعلومات على تنافسية المؤسسة الاقتصادية.

المحور رقم: 01

الوسائل المتطلبة لعرض المداخلة: جهاز العرض.

لغة المداخلة: العربية.

الملخص

في ظل الانتقال من اقتصاد السوق المعتمد على قوة رأس المال واليد العاملة، إلى اقتصاد المعرفة المعتمد على جودة المعلومة، وما صاحب هذا الانتقال من تطورات كبيرة في مختلف المجالات، لاسيما التدفق الكبير للبيانات من و إلى المؤسسة، كان لزاما على المؤسسة الاقتصادية بصفة عامة ومسيريها بصفة خاصة، مسايرة هذه التطورات والتكيف معها لأجل البقاء والاستمرار، وهذا بطبيعة الحال متوقف بدرجة كبيرة على أدائها بصفة عامة، وأداء نظم معلوماتها بصفة خاصة، ذلك أن نظام المعلومات هو المسؤول الأول والأخير على توفير المعلومة بكل أنواعها (مالية، تسويقية...الخ)، وبما أن المنافسة تفرض على المؤسسة منطق البقاء والاستمرار للأقوى، كان لنظام المعلومات الدور الأساسي في أي مؤسسة ومهما كانت طبيعة نشاطها، وبما أن توفير المعلومات في الوقت المناسب وبالجودة المناسبة هي الهدف الأساسي الذي يسعى إليه نظام المعلومات في المؤسسة، وان المعلومة ذات الجودة العالية هي أساس العملية التنافسية، وهي إحدى التحديات التي أصبحت تواجه مسيري اليوم خاصة في ظل وجود كم هائل من البيانات المتدفقة من والى المؤسسة ، وباعتبار مسيري المؤسسة تواجههم مشاكل عديدة لاسيما في كيفية وطرق المنافسة، كان لنظام المعلومات الأهمية الكبيرة في هذه الأخيرة، ذلك أنه يؤدي دوراً مهماً وأساسياً في صنع القرار السليم المتعلق بطرق واليات المنافسة، من هذا المنطلق ارتأينا تسليط الضوء على الأهمية الكبيرة التي أصبحت توليها مختلف المؤسسات الاقتصادية لأداء نظام معلوماتها لما له من اثر على تنافسيتها، باعتباره المسؤول الأول والأخير عن المعلومة بمختلف أنواعها، الأمر الذي تطلب منا ضرورة دراسة اثر هذا النظام على تنافسية المؤسسة الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية:

المؤسسة الاقتصادية، نظام المعلومات، التنافسية.

إشكالية الدراسة: كمساهمة منا لحل إشكالية **أثر نظام المعلومات على تنافسية المؤسسة الاقتصادية** نطرح في هذه الدراسة التساؤل التالي:

- ما هو نظام المعلومات وكيف يؤثر على تنافسية المؤسسة الاقتصادية ؟

إن الإجابة على هذه الإشكالية يتطلب منا طرح مجموعة من الإشكاليات الفرعية المتمثلة في الآتي:

- ما هو نظام المعلومات؟
- ما هو مفهوم التنافسية ؟
- ما هو دور نظام المعلومات في تنافسية المؤسسة الاقتصادية؟

أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة من خلال تناولها موضوعاً لم يتم التركيز عليه ــ بصورة أساسية ــ من قبل الكتاب والباحثين، وكذلك في توضيح أهمية نظام المعلومات ليس فقط في تنافسية المؤسسة الاقتصادية، وإنما أيضا لما له من دور كبير في بقاء واستمرار المؤسسة الاقتصادية.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تبيان اثر نظام المعلومات على تنافسية المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال إبراز أهمية وجود هذا النظام في المؤسسة الاقتصادية، وقيمة المعلومات التي يصنعها هذا النظام خاصة في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة.

فرضية الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة يتم الاعتماد على الفرضية الآتية:

تعتمد تنافسية المؤسسة على جودة المعلومة التي تتوقف بدورها على أداء نظام المعلومات، و بالتالي لا يمكن للمؤسسة أن تنافس دون وجود لنظام المعلومات.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي من خلال الاستعانة بالمصادر ذات العلاقة بموضوعات الأداء ونظم المعلومات بصفة عامة ، والتنافسية بصفة خاصة .

خطة الدراسة: لتحقيق أهدف الدراسة قسمنا هذه الأخيرة إلى جزئين أساسيين ، حيث يناقش الجزء الأول أساسيات في نظم المعلومات والتنافسية، بينما يناقش الجزء الثاني نظام المعلومات ودوره في تنافسية المؤسسة، وينتهي البحث بخلاصة لأهم النقاط التي تم طرحها.

أولا: أساسيات في نظم المعلومات وتنافسية المؤسسة

I. **أساسيات في نظم المعلومات**: يسعى نظام المعلومات إلى التحسين المستمر في أداء المؤسسة انطلاقا من المعلومات المختلفة التي يوفرها، و يقصد بالتحسين المستمر "تحسينات متواصلة لكافة العوامل المرتبطة بعملية تحويل المدخلات إلى مخرجات، ولا يعني التحسين أن هناك شيء خاطئ،

ولكن بما أن المحيط يتغير باستمرار فان هذا يتطلب تحسين ما هو موجود" [1]، وبالتالي أصبح لنظام المعلومات أهمية كبيرة في المؤسسة من خلال إمكانية توفير معلومات دقيقة، مما يؤثر على قدرة المسؤولين على اتخاذ قرارات سليمة وصائبة[2].

1. **مفهوم نظام المعلومات**: ، هو مجموعة من الموارد و الوسائل و البرامج و الأفراد و المعطيات و الإجراءات، التي تسمح بجمع و معالجة و إيصال المعلومات على شكل نصوص ، صور ، رموز ....الخ في المؤسسة[3].

2. **موارد نظم المعلومات**: لنظام المعلومات مجموعة من الموارد تكمل بعضها البعض وتترابط بشكل يجعل النظام لا يعمل بطريقة فعالة إن لم يكن هناك ترابط وتكامل بين هذه الموارد المتمثلة في الأفراد، البيانات، العناصر المادية الإجراءات، البرمجيات، الشبكات.

2.1 **الأفراد**: يعتبر العنصر البشري متطلب ضروري في أي نظام ويشترط في اختيارهم عدة معايير على درجة كبيرة من الأهمية، منها النزاهة والثقة والمهارة العالية والخبرة الكافية، ويتم اختيار أفراد نظم المعلومات انطلاقا من المصادر الداخلية والخارجية، إذ تتمثل المصادر الداخلية في الأفراد الذين يتم استقدامهم من الأنظمة الفرعية الأخرى للمؤسسة، خاصة إذا كان هؤلاء الأفراد يمتلكون قدرات عالية في انجاز المهام، بينما تتمثل المصادر الخارجية في العنصر البشري الذي تتحصل عليه المؤسسة من مختلف المؤسسات التعليمية والوكالات المتخصصة والمؤسسات الأخرى...الخ، و يقسم أفراد نظم المعلومات إلى الأفراد الفنيين، ثم أفراد الدعم الفني، وأخيرا المستخدمين النهائيين[4].

2.2 **قواعد البيانات**: تعرف قاعدة البيانات على أنها مخزن لجميع البيانات ذات الأهمية والعائدية لمستخدمي نظام المعلومات [5]، وبالتالي فان البيانات هي المادة الأولية المتعددة الأشكال التي يقوم عليها نظام المعلومات في أي مؤسسة، فهي مورد ذو قيمة عالية باعتباره مصدرا أساسيا لجميع المعلومات التي تؤثر على نشاط ووجهة المؤسسة، لذلك يتوجب بالقائمين على هذه الأخيرة إدارتها واستثمارها بالشكل الصحيح، والذي يضمن الفائدة لمستخدميها النهائيين ومختلف المتعاملين معها، حيث يتم تخزينها في شكل ملفات يدوية أو إلكترونية، يعمل نظام المعلومات على تحويلها إلى معلومات ذات فائدة لأصحاب القرار.

2.3 **الموارد المادية** : تتمثل في جميع أنواع المكونات المادية التي تمثل البنية التحتية لنظام المعلومات، والتي تستخدم في تسهيل العمليات التي تمر بها معالجة البيانات، ومن بين هذه العناصر المادية نذكر معدات الاتصال من هاتف وفاكس...الخ، و أجهزة الحاسوب التي تضطلع بمجموعة من المهام، منها تغذية البيانات وتهيئتها للمعالجة من خلال استخدام وسائل الإدخال المتاحة،استبعاد البيانات الغير الضرورية والاكتفاء بالبيانا ت الضرورية فقط، ترتيب البيانات من خلال استخدام طرق الترميز المختلفة[6].

2.4 **الإجراءات**: هي مجموعة من التعليمات التفصيلية والأوامر التي يجب التقيد بها، والخطوات الواجب إتباعها لتنفيذ البرنامج المطلوب، وتشمل أساسا النواحي المتعلقة بكيفية عمل الأفراد، وتشغيل الحاسوب، وطريقة إدخال البيانات وإدامتها، واسترجاعها وقت الحاجة إليها، وأسماء الملفات، والبرامج، وتصنيف المخرجات وطرق توزيعها، ومن بين مزايا الإجراءات نجد توحيد أسس العمل، سهولة الإشراف والرقابة على الأعمال، تحديد مسؤولية الفرد في النظام[7].

2.5 **البرمجيات**: تعرف البرمجة بأنها مجموعة من المكونات المنطقية المتمثلة في الأوامر والتعليمات الموجهة للحاسوب، لمعالجة البيانات (المدخلات) بالطريقة المناسبة لتحقيق الأهداف المطلوبة (المخرجات[8].

2.6 **الشبكات**: تشتمل الشبكات على أنواع مختلف منها، الشبكات المحلية التي يتم اعتمادها لغرض تسهيل الاتصالات داخل المؤسسة وبين مختلف المصالح والأقسام، و الشبكات الإقليمية التي تجمع بين أكثر من شبكة محلية، وهي لغرض تمكين المؤسسة من معرفة آخر التطورات الحاصلة في مجال الأعمال على المستوى المحلي، أما النوع الثالث فيتمثل في الشبكات العالمية (الانترنت) والتي يتعدى مداها الحدود الجغرافية للبلد، ومن أهم مزاياها وقوف المؤسسة واطلاعها على آخر التطورات الحاصلة و المستجدات التي ظهرت في المجالات المختلفة، خاصة مجال قطاع الأعمال في شتى أنحاء العالم، وكذا الاستجابة لمتطلبات العلاقات والتبادلات بين مجموعات ومنظمات تتقاسم نفس الانشغالات على الرغم من تباعدها[9].

3. **وظائف نظام المعلومات**: يقوم نظام المعلومات بجملة من الوظائف تتمثل في الآتي:

3.1 **وظيفة الدراسة**: في هذه الوظيفة يتولى نظام المعلومات تحديد المصادر والكم من البيانات الذي سوف يحتاجه، وبالتالي يقوم بتوفير كل ما يلزم من أفراد وتجهيزات ومعدات....الخ، للبحث عن البيانات ذات العلاقة بالموضوع.

3.2 وظيفة البحث: في هذه الوظيفة وبعد الدراسة التي قام بها نظام المعلومات، يتولى هذا الأخير البحث عن البيانات اللازمة التي يحتاجها المستعمل سواء في داخل المؤسسة أو خارجها، وهذا انطلاقا من المصادر المختلفة سواء كانت داخلية أم خارجية، فمثلا يحتاج المستوى الاستراتيجي بيانات تتعلق بأحوال المنافسين ووضعية السوق...الخ، ويحتاج المستوى الإداري بيانات متعلقة بسير الأعمال اليومية في المؤسسة، في حين يحتاج المستوى المعرفي إلى بيانات تتعلق بالبرمجيات والتكنولوجيات الحديثة المطبقة التي يجب اعتمادها في المؤسسة، بينما يحتاج المستوى التشغيلي إلى بيانات خاصة بكيفية انجاز المهام.

3.3 وظيفة المعالجة: إن معالجة البيانات هي مجموعة من العمليات التي تسمح بتحويل المدخلات إلى مخرجات و من بين هذه العمليات نذكر فرز البيانات، تحديد طبيعة ومجال الاستخدام،استخدام الأساليب المختلفة.

3.4 وظيفة التخزين: بعد معالجة البيانات يقوم نظام المعلومات بتخزين البيانات التي تمت معالجتها لغرض اللجوء إليها وقت الحاجة، فنجد أن عملية التخزين تتم في دفاتر إن كانت البيانات سهلة وغير معقدة، وقد تكون عملية التخزين تتم في ملفات وأقراص مضغوطة إن كانت البيانات التي تمت معالجتها معقدة أو في غاية السرية.

3.5 وظيفة الاسترجاع: تعرف وظيفة استرجاع المعلومات على أنها الوظيفة التي توفر الأسلوب الملائم في العثور على معلومات بهدف إرجاعها إلى المستفيد الملائم، وبالتالي فان هذه الوظيفة تقوم بتزويد أصحاب القرار بالمعلومات اللازمة وقت الحاجة.

3.6 وظيفة الاتصال: هي التي تتولى عملية نقل المعلومات إلى مستعمليها، وتتم هذه العملية عن طريق استخراج المعلومات وقت الحاجة إليها.

3.7 وظيفة الرقابة: تتمثل وظيفة الرقابة التي يضطلع بها نظام المعلومات في مراجعة ومراقبة كافة البيانات التي ترد إليه، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، مراقبة ومراجعة كافة المعلومات التي يتم تداولها بين مستخدميها، وبالتالي الوقوف على نقاط الضعف والقوة في أداء نظام المعلومات.

4. أنواع نظم المعلومات: يختلف العديد من الباحثين في تصنيف نظم المعلومات، فهناك من يصنفها إلى نوعين يتمثلان في نظام المعلومات اليدوي ونظام المعلومات المعتمد على الحاسب الآلي**[10]**، وهناك من يصنفها إلى نظم المعلومات حسب مستويات النظم، حسب المناطق الوظيفية الأساسية، حسب الدعم المقدم، حسب بنية النظام**[11]**، كما أن هناك من يصنفها إلى نظم تشغيلية و إدارية، و نظم الدعم والإسناد للعمليات الإدارية**[12]**، وفي تصنيف لباحث أخر نجد نظم المعلومات المرتبطة بالحاسب، نظم المعلومات الإدارية، نظم دعم القرارات **[13]**، وبدورنا نصنف نظم المعلومات إلى ثلاث تصنيفات أساسية، تتمثل في التصنيف حسب وظائف المؤسسة، ثم التصنيف حسب مستويات التسيير، أما التصنيف الأخير فيتمثل في التصنيف حسب الدعم، وقد اعتمدنا هذا التصنيف نظرا لاختلاف مستوى التكوين لدى الأفراد وتعدد الوظائف التي تقوم بها المؤسسة، وكذا أهمية نظم المعلومات في صنع القرار.

4.1 حسب وظائف المؤسسة: تقسم أنظمة المعلومات حسب وظائف المؤسسة إلى نظام معلومات التموين، نظام معلومات الإنتاج، نظام معلومات الموارد البشرية، نظام معلومات التسويق، نظام المعلومات المالي والمحاسبي.

4.2 حسب المستويات الإدارية: تقسم المؤسسة إلى أربع مستويات تسييرية، تتمثل في كل من المستوى الاستراتيجي والمستوى الإداري والمستوى المعرفي والمستوى التشغيلي، ولكل مستوى من هذه المستويات نظام معلومات خاص به.

4.3 حسب الدعم المقدم: توجد أنواع عديدة من نظم المعلومات تساعد المؤسسة في انجاز أعمالها والقيام بمختلف المهام للوصول إلى أفضل أداء ممكن يسمح لها بتحقيق الريادة، إذ أن هذه النظم لها الدور الكبير في تسهيل إجراءات القيام بالأعمال، وذلك لما توفره من تسهيلات ودعم في الانجاز، فمن بين هذه النظم نجد نظم دعم القرارا **ت**، النظم الخبيرة التي تسعى لحل المشاكل الخاصة المتصفة بالتعقيد، نظم معلومات المكاتب التي هي نظم آلية تهدف إلى تحسين كفاءة أعمال السكرتارية والعاملين والمدراء في المنشأة عن طريق تعديل هياكل أنشطة المكاتب، نظم معالجة البيانات التي تختص بتسجيل و تشغيل العمليات اليومية الروتينية الضرورية لسير العمل، و هي تحل محل عملية مسك الدفاتر في نظم المعلومات اليدوية ، نظم المعلومات الإدارية وهي مصممة لـــتزويد إداريي المنظمة بالمعلومات اللازمة للتخطيط و التنظيم و القيادة و الرقابة على نشاط المنظمة، أو لمساعدتهم على اتخاذ القرارات.

5. أهداف نظم المعلومات: على غرار باقي أهداف الأنظمة الفرعية الأخرى للمؤسسة، فان لنظم المعلومات أيضا بدورها جملة من الأهداف تسعى للوصول إليها تتماشى والمهمة التي أوجدت لأجلها المؤسسة، ومن بين الأهداف نذكر ما يلي:

5.1 هدف تحسين اتخاذ القرارات: إن اتخاذ القرار يعني المفاضلة بين أكثر من بديل، وهذا ما يسعى إليه نظام المعلومات، إذ يجعل تحت تصرف أصحاب القرار جميع المعلومات التي بشأنها التأثير على القرارات المتخذة والمتعلقة بطبيعة نشاط المؤسسة، وبالتالي فان نظام المعلومات يسمح بتقليل حالات عدم اليقين لدى أصحاب القرار في المؤسسة من جهة، ومن جهة أخرى تجنب تكلفة اتخاذ القرار.

5.2 هدف تقوية الوضع التنافسي للمؤسسة: من بين الأهداف الأساسية التي يسعى إليها أي نظام فرعي في المؤسسة هو تعزيز الوضع التنافسي للمؤسسة، فبالنسبة لنظام المعلومات فانه يسعى إلى الحصول على المعلومات المطلوبة وفي الوقت المناسب، وبأقل تكلفة ممكنة، مما يجعل للمؤسسة قادرة على الاستمرار، وبالتالي القدرة على المنافسة وتعزيز مركزها بين باقي المؤسسات، كما أن نظام المعلومات يهدف إلى الأسبقية في الحصول على المعلومة، وهذا ما ينعكس إيجابا على الوضع التنافسي للمؤسسة.

5.3 هدف تحسين الكفاءة والفعالية: يسعى نظام المعلومات إلى الحصول على الأفراد الذين يتمتعون بكفاءات عالية في مجال انجاز المهام، وذلك من خلال وظيفة البحث التي يضطلع بها، كما انه يسعى إلى الاستخدام الأمثل للموارد، من خلال ما يوفره من تعليمات وإرشادات حول كيفية الانجاز، وهذا ما يؤثر إيجابا على الكفاءة والفعالية في المؤسسة.

5.4 هدف التنسيق و الاتصال: يسعى نظام المعلومات من خلال هذا الهدف إلى التنسيق بين مختلف الوظائف ، والاتصال بين أفراد كل وظيفة، لأجل تبادل المعلومات و الوثائق الخاصة بكل النشاطات، وجعل جميع العاملين على علم بما يحدث في المؤسسة.

5.5 هدف تحسين أداء الرقابة: من بين الأهداف الأساسية التي يسعى إليها نظام المعلومات هي تزويد المكلفين بالرقابة على نشاط المؤسسة بكافة المعلومات التي من شانها تسهيل عملية الرقابة وتفعيل دورها في المؤسسة، و بدون المعلومات فان القائمين على وظيفة الرقابة لن يتمكنو ا من تقييم الوضع و اتخاذ التدبير اللازمة لتصحيح الانحرافات.

5.6 هدف تحسين العلاقات مع مختلف المتعاملين: يحرص نظام المعلومات على غرار باقي الأنظمة الفرعية المكونة للمؤسسة على إظهار المؤسسة في أحسن صورة لها بغية كسب ثقة المتعاملين معها، وذلك من خلال تقديم جميع المعلومات التي من شانها تعزيز تعاون مختلف المتعاملين مع المؤسسة والحصول على دعمهم وقت الحاجة.

5.7 هدف الزيادة من قيمة المعلومات: من بين الأهداف الأساسية التي يسعى نظام المعلومات إلى تحقيقها هي الوصول إلى منفعة إضافية نتيجة استخدام معلومات جديدة يوفرها هذا الأخير، وهو ما يعني زيادة قيمة المعلومات لدى المستفيد، وذلك عن طريق إنتاج معلومات إضافية تمكن المستخدم من مواجهة المشكلة التي تعترضه لغرض الوصول إلى القرار الصحيح.

5.8 هدف الحفاظ على أرشيف معلومات عن نشاط المؤسسة: إن استمرارية المؤسسة تتوقف بدرجة كبيرة على قدرة نظام معلوماتها في تخزين المعلومات للرجوع إليها وقت الحاجة لها في شكل أرشيف معلومات خاص بجميع الوظائف والأنشطة التي تقوم بها هذه الأخيرة، ويسعى نظام المعلومات للحفاظ على هذا الأرشيف لما يقوم به من دور في الحصول على المعلومة، باعتبار أن هذا الأرشيف من شانه تدعيم الأنشطة اليومية التي تقوم بها المؤسسة، ذلك انه يجنب المؤسسة تكرار معالجة البيانات لإنتاج نفس المعلومة التي تم إنتاجها سابقا هذا من جهة، ومن جهة أخرى كونه يسهل من الحصول على المعلومة.

II.أساسيات في التنافسية والميزة التنافسية للمؤسسة: في ظل ثورة المعلومات والاتصالات، أصبح اهتمام المؤسسات الاقتصادية ومسيريها منصبا على إيجاد السبل الكفيلة لخلق ميزة تنافسية والمحافظة عليها، خاصة أن التغيرات السريعة والمتلاحقة في البيئة التنافسية للمؤسسة، أصبحت تطرح أمام المسيرين العديد من التحديات، لاسيما في ظل التحول إلى ما أصبح يعرف باقتصاد المعرفة، وبروز المؤسسة المتعلمة، وما توليه من اهتمام متزايد للموارد والكفاءات**[14]**.

1. مفهوم تنافسية المؤسسة: يعد مصطلح التنافسية من بين المصطلحات الأكثر تداولا لدى المفكرين والباحثين الاقتصاديين، و من الملاحظ بأن النقاش حول مسالة التنافسية تم التطرق له خلال الثمانينات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية، عقب أزمة الإنتاجية التي آل إليها الاقتصاد الأمريكي، وكانت هذه الأزمة السبب في تقهقر المؤسسات الأمريكية أمام منافسيها من المؤسسات الأوربية والأسيوية**[15]**، وما يجب الإشارة إليه انه ليس هناك تعريف محدد ودقيق للتنافسية، حيث نجد أن التنافسية هي"القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية"**[16]**، كما أنها "القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة ،

والسعر المناسب، وفي الوقت المحدد، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى "[17]، في حين نجد تعريف **Ricardo Petrella** في مقالة **L'évangile de la compétitivité** "أن التنافسية لا تعدو وأن تكون أسلوب يسلكه الأعوان الاقتصاديين في محيط الأسواق التنافسية، وكل عون وعلى وجه الخصوص – المؤسسة- تبحث عن وضعيات ومزايا تنافسية في ظل احترام القواعد المحددة ومع توفر كافة الشروط العادلة للجميع"[18]، ويعتبر تعريف **Laura D'andrea Tyson** من أكثر تعريفات التنافسية رواجا حيث أن "التنافسية هي قدرتنا على إنتاج منتجات وخدمات تنجح في اختبار المنافسة الدولية في حين يتمتع مواطنونا بمستوى معيشة متنام ومستديم على حد سواء"[19]، ومما سبق يمكن القول أن التنافسية هي قدرة المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية على منافسيهـــا، هذا إما عن طريق السيطرة بالتكاليف أو عن طريق التميز، وفي هذا السياق حاول **PORTER Msichael** على يبرهن أن التكلفة المنخفضة والتمييز يمكن اعتبارهما إستراتيجيتين أساسيتين لخلق القيمة وتحقيق المزايا التنافسية في مجال صناعي معين، وطبقا لما قاله **PORTER**، نجد أن المزايا التنافسية تتوافر مع المؤسسات القادرة على خلق قيمة متفوقة، ولا شك أن السبيل لخلق هذه القيمة يتجسد في خفض معدلات هيكل التكلفة، أو تمييز المنتج بطريقة تؤدي بالمستهلكين أن يولونه مزيدا من القيمة، ومن ثم استعدادهم لدفع سعر عالي[20].

2. **تحقيق التنافسية:** تتحقق التنافسية من خلال جملة من العناصر تتمثل خصوصا في التحكم في عناصر التكاليف، إدارة الوقت، الابتكار والتجديد والتطوير، تطويع العلوم والتكنولوجيا، إدارة الجودة الشاملة وتأكيد الجودة، إرضاء العملاء الحاليين والبحث عن آخرين جدد، الترويج والإعلان والعلاقات العامة، التحسينات المستمرة، التدريب المكثف، والخدمات ما بعد البيع...الخ[21].

3. **أهداف التنافسية:** تهدف التنافسية إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي[22]:

3.1 **تحقيق درجة عالية من الكفاية:** بمعنى أن تحقق المؤسسة نشاطها وأعمالها بأقل مستوى ممكن من التكاليف وفي ظل التطور التكنولوجي المسموح به، فالتنافسية تساهم في بقاء المؤسسات الأكثر كفاءة.

3.2 **التطور والتحسين المستمر للأداء:** من خلال التركيز على تحقيق الإبداعات التكنولوجية والابتكارات، والتي تكون تكلفتها مرتفعة نسبيا، إلا أنها صعبة المحاكاة من قبل المؤسسات المنافسة.

3.3 **الحصول على نمط مفيد للأرباح:** إذ تتمكن المؤسسات ذات الكفاءة الأعلى والأكثر تطورا من تعظيم أرباحها، فالأرباح تعد مكافأة المؤسسة عن تميزها وتفوقها في أدائها.

4. **مفهوم الميزة التنافسية:** هناك من يعرف الميزة التنافسية على أنها التحكم الجيد والسيطرة التامة على عامل أو أكثر من عوامل النجاح بشكل يكون أفضل من المنافسين[23]، وكذلك فان الميزة التنافسية هي ميزة أو قيمة لمنتج أو مؤسسة، وأنها ميزة أو سمة متميزة أو فريدة، وهكذا تتيح تفوقا للمؤسسة في السوق وتمكنها من تعزيز قدرتها التنافسية[24]، بالإضافة إلى ذلك فإن الميزة التنافسية لمؤسسة ما هي القوة الدافعة أو قيمة أساسية تتمتع بها المؤسسة، وتؤثر على سلوك الزبون في إطار تعامله معها، وقد تستمر لفترة طويلة بغض النظر عن طول أو قصر دورة حياة السلعة أو الخدمة التي تقدمها هذه المؤسسة [25]، وبشكل عام نجد بأن جل الإدارات العليا في كافة المؤسسات الصناعية تسعى جاهدة إلى تحقيق المزايا التنافسية من خلال ما تقدمه العمليات، إذ تشير الميزة التنافسية على وجه العموم إلى المقدرة على تحقيق حاجات المستهلك ، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من ذلك المنتج[26].

5. **مصادر الميزة التنافسية:** تختلف مصادر الميزة التنافسية من باحث إلى آخر، ومن أهم هذه المصادر نذكر ما يلي[27]:

5.1 **الجودة:** إذ يرغب الزبون عند اتخاذ قرار الشراء في البحث عن الجودة الأفضل إلى جانب السعر المناسب.

5.2 **الوقت:** يعتبر الوقت مصدرا مهما من مصادر الميزة التنافسية، ويتم التعبير عنه من خلال ثلاث أبعاد تتمثل في التسليم السريع و الوقت المحدد وسرعة التطور.

5.3 **المعرفة:** تمثل المعرفة مصدرا أساسيا لاكتساب الميزة التنافسية، إذ تساعد على تحقيق العلامات التجارية المتميزة، وبراءات الاختراع...الخ.

5.4 **التكلفة:** تعد التكلفة المنخفضة المصدر التنافسي الأول الذي تطبقه الكثير من المؤسسات من خلال سعيها إلى تعزيز حصتها السوقية.

5.5 **المرونة:** ويقصد بها قدرة المؤسسة على التكيف مع متغيرات المحيط، حيث يستوجب الاستجابة للتغيرات في تصميم المنتوج، حجم الإنتاج...الخ.

6. العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية: من بين العوامل التي تؤثر في الميزة التنافسية نورد ما يلي[28]:

6.1 القدرات الإبداعية: بما أن منتوج المؤسسة غير قابل لتلبية جميع الرغبات وفي كل الأوقات، استوجب ذلك عليها إحداث تغييرات في خصائص ومواصفات منتوجها حتى تتمكن من مواكبة تغير أذواق ورغبات المستهلك.

6.2 القدرات الإنتاجية: القدرة الإنتاجية تعني عنصرين وهما الجودة و الإنتاجية، فالجودة ترتكز على جمع المعلومات عن الزبائن والإبداع لتحقيق المواصفات التي يطلبها الزبائن، وإرضاء الزبائن عن طريق إنتاج سلعة تتوافق والمواصفات المطلوبة، أما الإنتاجية فهي معيار لقياس كفاءة المؤسسة في استخدام مواردها، والتي يعبر عنها بالنسبة الرياضية للمخرجات على المدخلات[29].

6.3 القدرات التسويقية: تشكل وظيفة التسويق في المؤسسة احد مرتكزات قدرتها التنافسية، ذلك أنها توفر معلومات عن حاجات ورغبات المستهلكين وتطلعاتهم عن طريق ما يعرف ببحوث التسويق، دراسة السوق، تحليل سلوك المستهلك.

6.4 القدرات على الترصد: تتطلب المحافظة على الميزة التنافسية المتابعة المستمرة والدائمة لتغيرات المحيط، وهذا لأجل معرفة الفرص واستغلالها، ومعرفة المخاطر وتجنبها[30].

ثانيا: أداء نظام المعلومات ودوره في تنافسية المؤسسة: تساعد نظم المعلومات المؤسسة على كسب ميزات تنافسية، فتمكنها من تطوير منتجاتها والحصول على حصة سوقية اكبر، وتشجيع المستهلكين والموردين ومختلف المتعاملين الاقتصاديين على التعامل معها[31]، وبالتالي سوف نتطرق في هذا المحور إلى علاقة جودة المعلومة بأداء نظام المعلومات، اثر نظام المعلومات على تحديد القدرة التنافسية للمؤسسة، اثر نظام المعلومات على استراتيجيات التنافس، وكذا أثره على الميزة التنافسية للمؤسسة، وأخيرا نماذج عن اثر لبعض نظم المعلومات على الميزة التنافسية للمؤسسة، وقبل ذلك لا باس أن نذكر بمفهوم كل من أداء نظام المعلومات، مفهوم البيانات والمعلومات.

I. مفهوم أداء نظام المعلومات: يمكن تعريف أداء نظام المعلومات على انه المستوى الذي يعبر عن الكفاءة و الفعالية في استخدام الموارد المختلفة لنظام المعلومات، لتحقيق مستوى معين من النتائج خلال مدة زمنية معينة، شرط وجود القدرة والرغبة في الوصول إلى ذلك، وحتى يتحقق ويستمر هذا الفعل لابد من وجود التفاعل بين مختلف الوظائف الفرعية لنظام المعلومات من جهة، والأنظمة الفرعية الأخرى المكونة للمؤسسة، وكذا محيط هذه الأخيرة من جهة أخرى.

II. مفهوم البيانات والمعلومات: تعتبر المعلومة أحد أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات، فإذا أرادت هذه الأخيرة أن لا تتخلف عن السباق التنافسي فإنه يتعين عليها اتخاذ خطوات وإجراءات لجعل نظام معلوماتها يتماشى والتطورات التي يعرفها المحيط.

1. مفهوم البيانات: تعرف البيانات على أنها المواد الخام، التي تعتمد عليها المعلومات، والتي تأخذ شكل أرقام أو رموز أو عبارات أو جمل، لا معنى لها إلا إذا ما تمت معالجتها[32].

2. مفهوم المعلومات: هي المعطيات الناتجة عن معالجة البيانات يدويا أو حاسوبيا أو بالحالتين معا، ويكون لها سياق محدد ومستوى عال من المصداقية[33]، وهي أيضا المعرفة التي تم التوصل إليها من خلال معالجة البيانات [34]، كما أنها مجموعة من المعطيات التي تم تحويلها بطريقة معبرة للشخص الذي يتلقاها والتي لها دور فعال في اتخاذ القرارات[35]، و مما سبق يمكن تعريف المعلومات على أنها مجموعة من البيانات التي تم تحويلها -عن طريق معالجتها- من صورتها الخام إلى صورة قابلة للتوظيف في شتى الاستخدامات من طرف أصحاب القرار، ويمكن التعبير عن المعلومات بالعلاقة الرياضية التالية: **البيانات + المعالجة = المعلومات.**

3. علاقة جودة المعلومة بأداء نظام المعلومات: يختلف مفهوم جودة المعلومات من باحث إلى آخر، فهناك من يرى أن مفهوم جودة المعلومات تتوقف على مجموعة من المعايير التي تحدد مدى توافق المعلومة مع حاجة المستفيد، وعليه فإن المعلومات لا ترقى إلى مستوى الجودة، ولا يكون لها قيمة استعماليه، إلا إذا كانت مطابقة لحاجة المستفيد منها ، والذي يوظفها في مجال معين لحل مشكلة أو قضاء حاجة [36]، وبالتالي يمكن القول أن الحكم على أداء نظام المعلومات متوقف على جودة المعلومة التي يقدمها، والتي بدورها تتوقف على مجموعة من المعايير نورد أهمها فيما يلي:

3.1 المحتوى: يسعى المستعمل دائما إلى الحصول على معلومات غنية في محتواها وموضوعها لتكون دعما قويا له خاصة في اتخاذ القرارات، وبالتالي تتوقف جودة المعلومات على قدرة نظام المعلومات في توفير معلومة غنية في محتواها للمستعمل، وبالتالي لابد من أن تكون المعلومة ذات صلة بالموضوع من جهة، ومن جهة أخرى يجب أن تكون هذه المعلومة قادرة على خلق قيمة مضافة لمستعملها **[37]**.

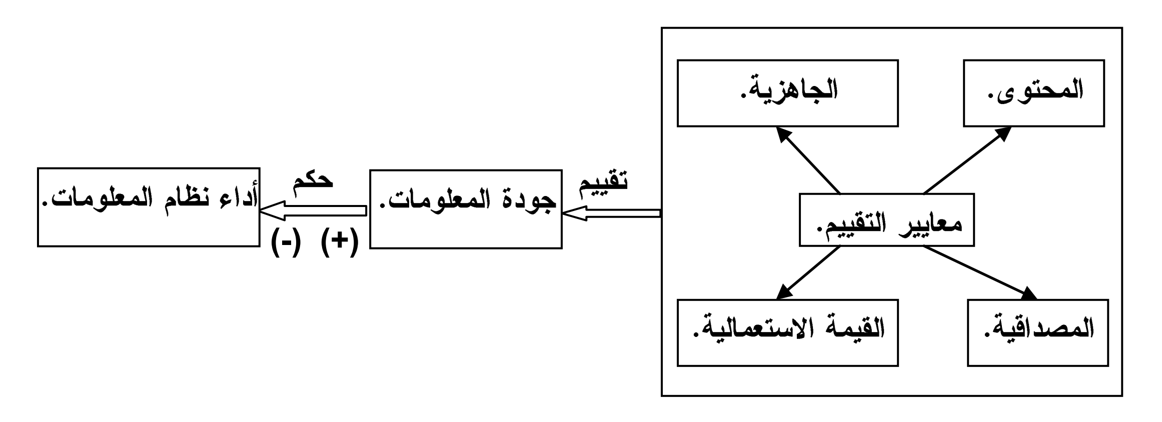
3.2 القيمة الاستعمالية: تعرف قيمة المعلومات على أنها المقدار الذي توفره لنا عندما تصبح في متناول أيدينا **[38]**، مما يعني أن للقيمة الاستعمالية للمعلومة أهمية كبيرة في الحكم على جودة المعلومات، وبالتالي الوصول إلى حكم عام حول أداء نظام المعلومات، وتتجلى القيمة الاستعمالية للمعلومة في تحقيق الغاية من وراء إنتاج المعلومات المتمثلة في استعمالها في مجال معين، إذ لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها ، إضافة إلى هذا فإن المعلومات تتقادم مع مرور الزمن وكلما تقادمت المعلومات كلما قلت قيمتها الاستعمالية، وبالتالي تظهر الحاجة إلى تجديدها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة، وعلى هذا الأساس ينبغي على نظام المعلومات عند إنتاج المعلومة مهما كانت طبيعة استعمالها، أن يهتم بحداثة المعلومة و يراعي طلبات المستعملين من ه ذه المعلومات ومجال استعمالها، مما يعني أن جودة المعلومة تتوقف على الحرص الدائم لنظام المعلومات على زيادة القيمة الاستعمالية لهذه الأخيرة (المعلومة)، وانطلاقا من هذا الحرص الدائم لنظام المعلومات على زيادة القيمة الاستعمالية للمعلومة يمكن الوقوف على أدائه.

3.3 المصداقية: يحدد هذا المعيار فيما إذا كانت المعلومات التي أنتجها نظام المعلومات بإمكان المستعمل الاعتماد عليها لإيجاد حل لمشكلة معينة أم لا، لذلك يجب أن تخضع عمليات المعالجة لضوابط معينة، كتحديد مصادر الحصول على البيانات بعناية، وإخضاع أفراد نظام المعلومات لمزيد من التدريب والتكوين، خاصة فيما يتعلق بكيفية تقديم المعلومة، و الاعتماد على أكثر من مصدر للحصول على البيانات، ذلك أن تعدد المصادر يوفر مزيدا من المصداقية.

3.4 الجاهزية: يقصد بمعيار الجاهزية توفر مجموعة من المتطلبات الأساسية في المعلومات التي يطلبها المستعمل حال طلبها **[39]**، كما أن الدقة توفر للمستعمل الكثير من الجهد والوقت ، واستعمالها يؤدي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل ، إضافة إلى هذا فانه من المهم جدا أن تكون المعلومات المنتجة ملمة لكل جوانب الموضوع محل البحث من طرف المستعمل.

ولتوضيح ما سبق نستعرض الشكل البياني التالي:

شكل رقم 01: علاقة جودة المعلومة بنظام المعلومات.



المصدر: من إعداد الباحث.

III. اثر أداء نظام المعلومات على تحديد القدرة التنافسية للمؤسسة: تتمثل القدرة التنافسية للمؤسسة في تحليل مختلف أنواع القدرات التنافسية المتمثلة في التنافسية المالية، التنافسية التجارية، التنافسية التقنية، التنافسية التنظيمية والتسييرية ومقارنتها بأهم منافسيها المباشرين **[40]**، ويكمن اثر نظام المعلومات على القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال كمية ونوعية المعلومات التي يوفرها.

1. اثر أداء نظام المعلومات على التنافسية المالية: تتمثل التنافسية المالية للمؤسسة في التحليل المالي لأنشطة المؤسسة ، وذلك بدراسة وتحليل النسب المالية المحققة ومقارنتها بنسب منافسيها في نفس القطاع، حيث يسعى نظام المعلومات على توفير كافة المعلومات التي من شانها تسهيل ودراسة وتحليل الأنواع المختلفة من النسب المالية ، ومن بين هذه النسب الشائعة الاستعمال التي يقدم نظام المعلومات صورة واضحة عنها، نذكر نسبة رأس المال الدائم (الأموال الدائمة/الأصول المتداولة) نسبة الاستقلالية المالية (الأموال الخاصة/الديون) نسبة قدرة التسديد (الهامش

الإجمالي للتمويل الذاتي/ المصاريف المالية) نسبة المردودية (الأرباح/الأموال الخاصة)، حيث من خلال هذه النسب، يمكن معرفة القدرة المالية للمؤسسة على مزاولة نشاطها.

2. **اثر أداء نظام المعلومات على التنافسية التجارية:** تتمثل التنافسية التجارية للمؤسسة في تحديد وضعيتها في القطاعات السوقية تجاه منافسيها المباشرين، حيث يتولى نظام المعلومات توفير معلومات مختلفة تتعلق خصوصا بعدة مؤشرات منها، وضعية منتجات المؤسسة في السوق، من خلال التركيز على معلومات خاصة بالجودة والنوعية، شهرتها التجارية من خلال تقديم معلومات عن درجة وفاء زبائنها وتعاملها معهم، وفعالية سياستها الاتصالية و الإشهارية،...إلخ، التوسع الجغرافي من خلال تقديم معلومات عن فعالية القنوات التوزيعية، وقوتها البيعية، الخدمات المقدمة بعد عملية البيع،...إلخ.

3. **اثر أداء نظام المعلومات على التنافسية التقنية:** تتمثل التنافسية التقنية في قدرة المؤسسة بالتحكم في الأساليب التقنية المرتبطة في إنتاج منتجات ذات جودة عالية وبأقل تكلفة ممكنة ، لذلك يتحتم عليها مسايرة التطورات التقنية، وإيجاد تنسيق محكم بين مختلف مراحل سيرورة الإنتاج.كما أن درجة تأهيل العمال، وتوفير جو يشجع على القيام بمختلف الأنشطة، وأخذ مختلف القوى الداخلية والخارجية بعين الاعتبار، بشأنه دعم القدرة التنافسية التقنية، لذلك يعمل نظام المعلومات على توفير كافة المعلومات الضرورية والتي من شانها جعل المؤسسة تقف على كل المستجدات المتعلقة بالجانب التقني.

4. **اثر أداء نظام المعلومات على التنافسية التنظيمية والتسييرية :** تتجلى قدرة المؤسسة التنظيمية بتنظيم الوظائف لدرجة تسمح لها بتحقيق الأهداف بصورة فعالة، وبالتالي فان ذلك يتوقف على كمية ونوعية المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات عن نوعية الأنشطة، وطبيعة التنظيم والقرارات، ودرجة الاندماج، أما قدرة المؤسسة التسييرية تتضح من خلال كفاءة مسيرها، وعلاقتهم بالمرؤوسين، وبالتالي فإن مصدر التنافسية التسييرية تتعلق بالقيم التي يتميز بها مسئولي المؤسسات، حيث تمس الصفات التي يتحلون بها، والتي تتولد من خلال التجارب السابقة، والمعارف المتحصل عليها من طبيعة التكوين والتمهين ، وبالتالي فان القدرة التسييرية متوقفة أيضا على طبيعة المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات.

IV. **اثر أداء نظام المعلومات على الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة:** إن للمنافسة التي تواجهها المؤسسة دورا هاما في التأثير على قدرتها في تحقيق أهدافها، مما يتطلب ضرورة التعرف على المنافسين وتحليل موقفهم التنافسي واستراتيجياتهم التنافسية، لتتمكن هذه المؤسسة من تحديد الإستراتيجية التي ستتبعها[41]، وقد حدد **(Porter)** ثلاث أنواع رئيسية للاستراتيجيات التنافسية تتمثل في كل من إستراتيجية الريادة في التكلفة، إستراتيجية التمييز، إستراتيجية التركيز[42]، ويتأثر كل نوع من هذه الأنواع بأداء نظام المعلومات.

1. **اثر أداء نظام المعلومات على إستراتيجية الريادة في التكلفة :** تعتمد هذه الإستراتيجية على التكلفة المنخفضة، إذ تسمح للمؤسسة بوضع أسعار بيع أقل مقارنة بالمنافسين، وتكون موجهة إلى أسواق مستهدفة كبيرة، مما يؤدي إلى زيادة حجم مبيعاتها وحصتها السوقية، و يكمن اثر نظام المعلومات على هذا النوع من الإستراتيجية باعتباره يوفر معلومات عن أسعار بيع المنافسين، وكذا معلومات عن الأساليب والأدوات المحكمة المتعلقة بالتسهيلات البيعية ذات الكفاءة العالية وملاحقة مستمرة للتكلفة بهدف تقليصها.

2. **اثر أداء نظام المعلومات على إستراتيجية التمييز:** هذا النوع من الإستراتيجية موجه لسوق كبيرة الحجم، تعتمد على تحقيق سلع وخدمات متميزة وذات مكانة خاصة مقارنة بالمؤسسات المنافسة، وقد يكون هذا التمييز على أساس الجودة، العلامة، أو الخدمة، و يكمن اثر نظام المعلومات على هذا النوع من الإستراتيجية باعتباره يوفر معلومات عن السوق، ومعلومات أخرى ذات علاقة بالابتكار والتطوير في المنتج أو الخدمة، إضافة إلى معلومات أخرى عن ولاء العملاء للمنتجات المميزة التي تقدمها المؤسسة.

3. **اثر أداء نظام المعلومات على إستراتيجية التركيز:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى التحديد الدقيق للسوق المستهدفة (قطاع محدود من السوق المستهدف) والتركيز الكامل عليها، وذلك بدلا من التعامل مع السوق ككل، إذ تسعى المؤسسات إلى الاستفادة من ميزة تنافسية في قطاع السوق المستهدف بواسطة تقديم منتجات ذات أسعار وتكلفة أقل من المنافسين، أو منتجات متميزة من حيث الجودة، المواصفات أو خدمة العملاء، وبالتالي فان دور نظام المعلومات يتمثل في تقديم معلومات خاصة بقطاع السوق المستهدف، معلومات عن تكاليف المنافسين...الخ.

V. **اثر أداء نظام المعلومات على الميزة التنافسية للمؤسسة**: في ظل زيادة حدة التنافس بين مختلف المؤسسات الاقتصادية، كان لنظام المعلومات الدور الكبير في توفير المعلومة التي من شانها خلق ميزة تنافسية للمؤسسة تبقيها رائدة في مجال نشاطها، حيث حدد لنا **(Porter)** نوعين من الميزة التنافسية، تتمثلان في ميزة التكلفة الأقل وميزة التميز[43].

1. **اثر أداء نظام المعلومات على ميزة التكلفة الأقل**: تلعب التكاليف دورا هاما في تحقيق استراتيجيات التمييز، فعلى المؤسسة التي ترغب في التميز عن منافسيها أن تحافظ على تكاليفها قريبة من تكاليفهم ، مما يستدعي تقييم مركزها الخاص بمجال التكاليف بالمقارنة مع منافسيها، وتعتبر التكلفة حجر الأساس لتنافسية المؤسسة، ذلك أنها تؤثر على الأسعار التنافسية للمنتجات والخدمات[44]، ويكمن دور نظام المعلومات من خلال توفير معلومات عن تكاليف المؤسسة، وأخرى عن منافسيها، معلومات عن كيفية توسيع تشكيلة المنتجات، معلومات عن كيفية الحيازة على وسائل إنتاج جديدة ، معلومات عن كيفية التوسع في السوق، معلومات عن قدرات المؤسسة ومدى مطابقتها لمتطلبات السوق والإنتاج، معلومات تضمن الاتصال بين وحدات المؤسسة من خلال نقل معرفة كيفية العمل بين النشاطات المتماثلة.
2. **اثر أداء نظام المعلومات على ميزة التميز**: تتميز المؤسسة عن منافسيها في حالة توصلها إلى الحيازة على خاصية منفردة والتي يوليها الزبائن قيمة هامة[45]، كما تتميز أيضا عندما تقدم شيئا مميزا يتعدى العرض العادي لسعر مرتفع قليلا، وتمنح ميزة التميز للمؤسسة القدرة على بيع كميات أكبر من منتجاتها بسعر مرتفع نسبيا وضمان وفاء العملاء لمنتجاتها، ويقوم نظام المعلومات بتقديم معلومات خاصة عن تلك الخصائص المنفردة التي يوليها الزبائن قيمة هامة، معلومات عن الإجراءات التقديرية الخاصة بالنشاطات المرغوب ممارستها، كإجراءات الخدمات ما بعد البيع، معلومات خاصة عن كيفية تمركز المؤسسة، وكذا المواقع التي تحتلها وحداتها الإنتاجية أو مراكز التوزيع التابعة لها، معلومات عن كيفية إدراج وإدماج أنشطة جديدة منتجة للقيمة، مما يساهم في التنسيق بين هذه الأنشطة لزيادة تميز المؤسسة، معلومات عن حجم النشاط، والذي قد يتناسب إيجابا أو سلبا مع عنصر التميز والتفرد الخاص بالمؤسسة...الخ.

VI. **نماذج عن اثر أنواع نظم المعلومات على تنافسية المؤسسة**: كما اشرنا سابقا فانه توجد أنواع عديدة من نظم المعلومات، حيث لأداء كل نوع اثر على تنافسية المؤسسة.

1. **اثر_أداء نظام_المعلومات_الإستراتيجي_على_الميزة_التنافسية**: تتولى أنظمة المعلومات الإستراتيجية تزويد الإدارة العليا بمعلومات عن الأنشطة و العمليات الرئيسية للمؤسسة، التي يمكن أن تساعد المؤسسة في التغلب على المنافسين، حيث يمكن لهذا النظام أن يقدم للمؤسسة ميزات تنافسية تفوق منافسيها، وذلك من خلال نموذجين يتمثلان في نموذج القوى التنافسية ونموذج سلسلة القيمة، فالنموذج الأول يستخدم لوصف التداخل بين الفرص و التهديدات التي تؤثر في إستراتيجية المؤسسة و القدرةعلى المنافسة، حيث تحصر قوى التنافس في خمس عناصر تتمثل في المزاحمة بين البائعين والمنافسين في نفس القطاع، محاولة جذب بعض المؤسسات المستهلكين إلى سلعهم البديلة، المنافسين المحتمل دخولهم في الصناعة، القوة التي يمارسها موردي المدخلات، القوة التي يمارسها المشترين للمنتج، أما النموذج الثاني فيساعد في التعرف على أفضل الفرص المتاحة لبناء نظم معلومات إستراتيجية [46]، و قد قام **PORTER Msichael** ببناء هذا النموذج، و لتحليل مصادر الميزة التنافسية يجب أولا اختيار و فحص كافة الأنشطة التي تمارسها المؤسسة ، و العلاقات التي تربط هذه الأنشطة ببعضها البعض، و تعد سلسلة القيمة الوسيلة الوحيدة لتحقيق ذلك[47].
2. **اثر أداء_النظم_الخبيرة_على_الميزة_التنافسية**: يتمثل الهدف الأساسي للنظم الخبيرة في تقديم المساعدة للمستويات الإدارية العليا بالمؤسسة بما يضمن تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، إذ تساعد على زيادة فعالية عملية اتخاذ القرارات، و ذلك عن طريق تقديم حلول أكثر ملائمة للمشكل موضوع البحث، وبالتالي فهي تلعب دورا رائدا في إدارة أعمال المؤسسة، حيث تؤدي إلى تحسين القرارات المتخذة مما يؤثر إيجابيا على الأداء، وتعود على المؤسسة بمزايا عديدة نذكر منها الحصول على الخبرات النادرة، حيث توفر النظم الخبيرة المعرفة النادرة و الخبرات المميزة في مجال معين و تسمح للآخرين باستخدامها بسهولة، كما أنها تساهم في تحسين الإنتاجية حيث تعمل النظم الخبيرة بشكل أسرع من العنصر البشري، إضافة أنها تعمل على تخفيض التكاليف الناتجة عن أخطاء الأفراد، و أنها تستطيع العمل في ظروف الخطر كدرجات الحرارة المرتفعة أو المنخفضة جدا وغيرها من الظروف التي تعرض الإنسان إلى المخاطر، كما أنها توفر إمكانية نقل المعرفة إلى أماكن متباعدة جغرافيا...الخ.

الخاتمة

يعتبر نظام المعلومات واحد من بين الأنظمة الفرعية المكونة للمؤسسة الاقتصادية، والذي لا يقل أهمية عن باقي الأنظمة الفرعية الأخرى (نظام الإنتاج، نظام التسويق، نظام الموارد البشرية...الخ)، لذلك أصبحت له أهمية متزايدة في المؤسسة الاقتصادية، مما جعل هذه الأخيرة تولي أهمية كبيرة له، وتبحث عن أفضل الطرق لتحسين أدائه، ذلك انه النظام الوحيد المسؤول على توفير المعلومة، خاصة وان المؤسسة أمام منطق البقاء للأقوى، بسبب شدة حدة المنافسة من جهة، ومن جهة أخرى التغيرات المستمرة في المحيط، كل ذلك جعل من نظام المعلومات يقدم أداء من شانه التأثير على وجهة المؤسسة لاسيما على تنافسيتها، وبالتالي ومن خلال هذا الدراسة تم التوصل في ختامها إلى جملة من النتائج والتوصيات نستعرضها في الآتي:

1. النتائج

- نظام المعلومات نظام أكثر من مهم في المؤسسة، إذ يتمثل الدور الأساسي له في تقديم كافة المعلومات التي تخص البيئة التي تزاول فيها المؤسسة نشاطها.
- جودة المعلومة مسؤولية نظام المعلومات، وبالتالي فإنها تتأثر بأدائه، كما انه يحكم هذه الأخيرة مجموعة من المعايير.
- يجب أن يتماشى أداء نظام المعلومات ونوعية المعلومة المطلوبة.
- تعتبر حدة المنافسة المحرك الأساسي الذي يدفع المؤسسة للاهتمام بنظام معلوماتها باعتباره ينتج معلومة والتي من خلالها يمكنبناء وتعزيز مزايا تنافسية تتفوق من خلالها على منافسيها، لذلك فانه يؤثر على تحديد القدرات التنافسية للمؤسسة وكذا الاستراتيجيات التنافسية لها.
- تهدف المؤسسة من خلال الاهتمام بنظام معلوماتها إلى خلق مزايا تنافسية بشأنها زيادة ربحيتها، الارتقاء بأدائها، تعزيز مركزها التنافسي، وضمان بقائها واستمرارها، مما يعني أن الميزة التنافسية للمؤسسة تتأثر بأداء نظام المعلومات.
- تساهم جودة المعلومة في خلق ميزة تنافسية للمؤسسة، ذلك أن المعلومة ذات الجودة العالية من شانها الرفعمن درجة ثقة الزبون في المؤسسة، زيادة حصتها السوقية، تعظيم ربحيتها وتحسين وضعيتها التنافسية، كما أنها تساهم في بناء ميزة تنافسية للمؤسسة من خلال قدرتها على تحقيق رضا العميل وضمان ولائه واستمرار تعامله مع المؤسسة.
- وبصورة عامة يمكن القول أن تنافسية المؤسسة تتأثر بجودة المعلومة التي يقدمها نظام المعلومات، وهو ما يعني إثبات الفرضية التي تم صياغتها لهذا البحث.

2. التوصيات

- بناء على النتائج السابقة نتقدم بالتوصيات التالية:
- جب الاهتمام بنظام المعلومات والعمل على تطويره وتحسين أدائه.
- يتوجب تعميم ثقافة الجودة ليس فقط في نظام المعلومات، وإنما أيضا في الأنظمة الفرعية الأخرى المكونة للمؤسسة لأجل الارتقاء بالأداء العام للمؤسسة.
- وضع نظم لتشجيع وتحفيز ودعم المؤسسات التي تخصص جزءا من ميزانياتها لبحوث ودراسات تطوير وتحسين أداء نظام معلوماتها.
- السعي نحو تحقيق رضا الزبون، لأنه السبيل الوحيد لضمان بقاء واستمرارية المؤسسة، وذلك بجعل تحت تصرفه كل المعلومات الضرورية التي يرغب في الحصول عليها خاصة عن منتوج المؤسسة.
- الاهتمام بمستوى أداء نظم معلومات المؤسسات المنافسة، لما لذلك من اثر على أداء نظام معلومات المؤسسة.
- ضرورة سعي المؤسسة نحو توظيف الموارد البشرية المؤهلة، لأهنا وحدها تضمن أحسن أداء لنظام معلوماتها، وبالتالي تحقيق الجودة في المعلومة.
- تخصيص الجهود والأموال اللازمة للبحوث والتطوير، ومحاولة التحسين والتجديد المستمر في منتجات وخدمات المؤسسة، لما لذلك من اثر على تنافسيتها.

الهوامش

[1]L. Boyer; N. Equilbey, Organisation: Théories et applications, 2éme éd, Les éditions d'organisation, Paris, France, 2000, p 278.

[2]Hugues Angot, système d'information de l'entreprise, 4eme éd, édition de Boeck université, Belgique,2002, P 112.

[3]Robert Reix , Traitement des informations , édition Vuibert ,Parie, France, 2001, P165.

[4]د/إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2004، ص 56.

[5] د/ عماد الصباغ، نظم المعلومات، ماهيتها ومكوناتها، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000، ص 104.

[6] ا/د محمد عبد حسين آل فرج الطائي، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 154.

[7] د/ يحي مصطفى حلمي، د/ محمد سعيد خشبة، الكمبيوتر ونظم المعلومات، مكتبة عين الشمس، الإسكندرية، مصر 1990، ص 135.

[8] د/ يحي مصطفى حلمي، د/ محمد سعيد خشبة، نفس المرجع، ص 17.

[9]Frédéric Alin et autres, l'entreprise intrnet, Eyrolles, Paris, France, 2002, P 6.

[10]André Deyrieux, le système d'information, MAXIMA, Paris, France, 2004, P 10.

[11]قاسم شعبان، تقنيات المعلومات في إدارة الشركات، دار الرضا للنشر، بلد النشر غير مذكورة، 2000، ص 128- 146.

[12]د/ عماد الصباغ، مرجع سبق ذكره، ص 27-41.

[13] د/ يحي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 1998، ص 179-210.

[14] أ. احمد بلالي، تنافسية المؤسسة وتحديات اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005، ص 42.

[15] موله عبد الله ، التنافسية و الدولة ، الملتقى الدولي الأول حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط ، قسم التسيير ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002، ص 02.

[16] كمال رزيق وفارس مسدور، مفهوم التنافسية، الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002، ص 105.

[17] أ. قريشي محمد ، الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية ، مجلة العلوم الإنسانية، السنة الخامسة ، العدد 37، 2008.
www.ulum.nl Consulté le 30/08/2009.

[18] كمال رزيق وفارس مسدور، مرجع سبق ذكره، ص 105.

[19] أمال عياري، رجم نصيب، الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002، ص 13.

[20] تشارلز وجاريث جونز ، الإدارة الإستراتيجية ، مدخل متكامل ، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ، محمد سيد أحمد المتعال ، دار المريخ للنشر ، الرياض، المملكة العربية السعودية، ج 1، 2001، ص195.

[21] GLASS Neil, "Management : les 10 défis", les éditions d'Organisations, Paris, France, 2001, P 9 et 11.

[22] صلاح الشنواني، اقتصاديات الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية،مصر، 2000 ، ص 130-132.

[23] J.P.Détrie , Strategor, 3eme Edition, Dunod, Paris, France, 1997, P 52.

[24] أحمد سيد مصطفى، إدارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر، ط4، 1999، ص 627.

[25] عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دراسات وبحوث ميدانية، الدار الجامعية للنشر،الإسكندرية، مصر، 2000، ص 428.

[26] أ. قريشي محمد، مرجع سبق ذكره.

[27] أ بن عيشاوي احمد، إدارة المعرفة (KM) وتحسين الميزة التنافسية للمنظمات، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005، ص 307.

[28] هادي صلاح عباس، إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز، المؤتمر الدولي الثاني حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 8-9 مارس 2005، ص160.

[29] أ بن عيشاوي احمد، مرجع سبق ذكره، ص 309.

[30] رابح زبيري، دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرة التنافسية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 22-23 افريل 2003، ص 39.

[31] أ بوشعور راضية، أ بلمقدم مصطفى، دور الموارد اللامادية (المعرفة والمعلومة) في رفع الأداء العام للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005، ص 63.

[32] ا.د/ عامر قنديلجي، د/ علاء الدين الجنابي، المنشاوي للدراسات والبحوث، **www.minshawi.com; Consulté le 14/09/2009.**

[33] A.JASEM AL Shamari, the information technology and its rule of the human ability future horizon-development. المؤتمر الثالث بجامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 2004.

[34] عبد المنعم شلتوني، دور تقنيات التسيير الالكتروني في تطوير نظم المعلومات التسويقية، المؤتمر العلمي الثالث بجامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 2004.

[35] PATRICK ROMAGNI§VALERIE WILD – L'intelligence économique au service de l'entreprise P 92-93 –Paris, France, 1998.

[36] د. أعراب عبد الحميد، إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد01 ، 2005.

[37] Patrick ROMAGNI & Valérie WILD, l'intelligence économique au service de l'entreprise, les presses du management, PARIS, France , 1998, P122.

[38] حسن مظفر الرزّو، منى سالم حسين المرعي، استخدام المفاهيم المحاسبية في محاولة لقياس القيمة الاقتصادية للموارد المعلوماتية مجلة الجندول السنة الثالثة، العدد 27، مارس، 2006. **www.ulum.nl consulté le 12/09/2009.**

[39] / هند علوي، مؤشرات قياس مجتمع المعلومات، مجلة **cybrarians**، العدد العاشر، سبتمبر 2006، بتصرف من الباحث، **www.cybrarians.info , consulté le 17/09/2009.**

[40] أ/ كربالي بغداد، تنافسية المؤسسات الوطنية في ظل التحولات الإقتصادية ، الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، ملحقة الخروبة، الجزائر. **www.clubnada.jeeran.com ; Consulté le 09/09/2009**

[41] عصام الدين أمين أبو علفة، "التسويق: (المفاهيم-الاستراتيجيات) النظرية والتطبيق، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر 2003، ص 423.

[42] PORTER Michael, ″Choix Stratégiques et Concurrence : Techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie″, ed, Economica, Paris, France, 1982, P 42.

[43] العيهار فلة، دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة،رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 109 .

[44] PORTER Msichael, ″L'Avantage Concurrentiel : Comment devancer ses concurrents et maintenir son avance″, ed, Dunod, Paris, France, 1997, P 129-136.

[45] العيهار فلة، نفس المرجع، ص111.

[46] لمين علوطي"تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 2004 ص120.

[47] Porter Michael, "l'avantage concurrentiel″ : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, Op.cit P 52.

المراجع

I. الكتب باللغة العربية

1. ا/د محمد عبد حسين آل فرج الطائي، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
2. أحمد سيد مصطفى، إدارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر، ط4، 1999.

3. تشارلز وجاريث جونز، الإدارة الإستراتيجية، مدخل متكامل، ترجمة رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد أحمد المتعال، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، ج 1، 2001.
4. د/ عماد الصباغ، نظم المعلومات، ماهيتها ومكوناتها، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
5. د/ يحي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 1998.
6. د/ يحي مصطفى حلمي، د/ محمد سعيد خشبة، الكمبيوتر ونظم المعلومات، مكتبة عين الشمس، الإسكندرية، مصر 1990.
7. د/إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2004.
8. صلاح الشنواني، اقتصاديات الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية،مصر، 2000.
9. عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دراسات وبحوث ميدانية، الدار الجامعية للنشر،الإسكندرية، مصر، حزيران، 2000.
10. عصام الدين أمين أبو علفة، "التسويق: (المفاهيم-الاستراتيجيات) النظرية والتطبيق، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر 2003.
11. قاسم شعبان، تقنيات المعلومات في إدارة الشركات، دار الرضا للنشر، بلد النشر غير مذكورة، 2000.

II. الكتب باللغة الفرنسية

12. André Deyrieux, le système d'information, MAXIMA, Paris, France, 2004.
13. Frédéric Alin et autres, l'entreprise intrnet, Eyrolles, Paris, France, 2002.
14. GLASS Neil, "Management : les 10 défis", les éditions d'Organisations, Paris, France, 2001.
15. Hugues Angot, système d'information de l'entreprise, 4eme éd, édition de Boeck université, Belgique,2002.
16. J.P.Détrie , Strategor, 3eme Edition, Dunod, Paris, France, 1997.
17. L. Boyer; N. Equilbey, Organisation: Théories et applications, 2éme éd, Les éditions d’organisation, Paris, France, 2000.
18. PATRICK ROMAGNI§VALERIE WILD – L’intelligence économique au service de l’entreprise P 92-93 –Paris, France, 1998.
19. PORTER Michael, ″Choix Stratégiques et Concurrence : Techniques d’analyse des secteurs et de la concurrence dans l’industrie″, ed, Economica, Paris, France, 1982.
20. PORTER Msichael, ″L’Avantage Concurrentiel : Comment devancer ses concurrents et maintenir son avance″, ed, Dunod, Paris, France, 1997.
21. Robert Reix , Traitement des informations , édition Vuibert ,Parie, France, 2001.

III. المجلات العلمية

22. أ. قريشي محمد، الإبداع التكنولوجي كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم الانسانية، السنة الخامسة: العدد 37، ربيع 2008. **www.ulum.nl Consulté le 30/08/2009.**
23. حسن مظفر الرزّو، منى سالم حسين المرعي، استخدام المفاهيم المحاسبية في محاولة لقياس القيمة الاقتصادية للموارد المعلوماتية ، مجلة الجندول السنة الثالثة، العدد 27، مارس، 2006. **www.ulum.nl consulté le 12/09/2009**
24. د. أعراب عبد الحميد، إشكالية جودة المعلومات فى المواقع الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد01، 2005.
25. هند علوي، مؤشرات قياس مجتمع المعلومات ، مجلة **cybrarians**، العدد العاشر، سبتمبر 2006، بتصرف من الباحث، **www.cybrarians.info , consulté le 17/09/2009.**

IV. الملتقيات العلمية

26. أ بن عيشاوي احمد، إدارة المعرفة (KM) وتحسين الميزة التنافسية للمنظمات، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005.
27. أ بوشعور راضية، أ بلمقدم مصطفى، دور الموارد اللامادية (المعرفة والمعلومة) في رفع الأداء العام للمؤسسات الاقتصادية،الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005.

28. أ. احمد بلالي، تنافسية المؤسسة وتحديات اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005.
29. أمال عياري، رجم نصيب، الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002.
30. رابح زبيري، دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرة التنافسية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 22-23 افريل 2003.
31. كمال رزيق وفارس مسدور، مفهوم التنافسية، الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002.
32. موله عبد الله، التنافسية و الدولة، الملتقى الدولي الأول حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 29-30 أكتوبر 2002.
33. هادي صلاح عباس، إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز، المؤتمر الدولي الثاني حول الاجاء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 8-9 مارس 2005.
34. عبد المنعم شلتوني، دور تقنيات التسيير الالكتروني في تطوير نظم المعلومات التسويقية، المؤتمر العلمي الثالث بجامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 2004.
35. A.JASEM AL Shamari, the information technology and its rule of the human ability future horizon-development المؤتمر الثالث بجامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، 2004.

V. الرسائل الجامعية

36. العيهار فلة، دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة،رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2005.
37. لمين علوطي"تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة رسالة ماجستير ، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 2004.

VI. المقالات العلمية

38. ا.د/ عامر قنديلجي، د/ علاء الدين الجنابي، المنشاوي للدراسات والبحوث، www.minshawi.com; Consulté le 14/09/2009.
39. أ/ كربالي بغداد، تنافسية المؤسسات الوطنية في ظل التحولات الإقتصادية ، الجمعية العلمية، نادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ملحقة الخروبة، الجزائر. www.clubnada.jeeran.com ; Consulté le 09/09/2009